

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH MENABUNG: STUDI KASUS BANK SYARIAH DI SURABAYA

Vivieta Ary Yatie
Universitas Negeri Surabaya
vivieta.va@gmail.com

ABSTRACT

Competition in Banking for attract customers candidate triggered in several element, one of those are growth from bank who can grown in people fund process. In addition to it, there are other several element that reputed to influence customers candidate for decide its banks choice too, that several element was product quality, system characteristic, and bank services. Analysis technique that used are double linier regresion and to test the hypotheses use t-test and F-test with 0,05 signification level. Based on research, found result that bank system characteristic and services had a positive influential and significant to customers decision to saving, mean while bank product quality doesn't had a positive and significant influential to customers decision to saving. To increase customers trust and loyalty to bank, bank it self must re-optimized the product quality that offered to customers so that customer can get a satisfaction in case of using the bank service.

Keyword: *Customers decision to saving, product quality, system characteristic, and bank services.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perbankan di Indonesia utamanya telah mengalami banyak perkembangan dan kemajuan yang diiringi dengan kemajuan teknologi dan kebijakan. Persaingan di dunia perbankan tersebut dipicu atas beberapa faktor salah satunya pertumbuhan dari bank yang mampu berkembang dalam mengelola dana masyarakat. Berdasarkan data *Islamic Banking Statistics* pertumbuhan jumlah Bank umum syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, pada tahun 2009 jumlah Bank umum syariah 711 kantor, bertambah lagi hamper 80% di tahun 2010 sejumlah 1.215 kantor dan ditahun

2011 sejumlah 1.365 kantor yang dimiliki di Indonesia. Bank syariah merupakan industry atau pesaing yang relative baru di dunia perbankan, namun pada saat ini bank syariah mampu bersaing dengan perbankan dan bisnis jasa lainnya dengan melayani kebutuhan yang sesuai dengan harapan masyarakat untuk meningkatkan kinerja perbankan syariah serta menarik minat calon nasabahnya dalam penggunaan produk syariah. Hal tersebut juga dibuktikan pada saat krisis di tahun 1997-1998, bank syariah mampu melewati krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia.

Persaingan yang tinggi saat ini ditandai dengan banyaknya produk-produk yang dikeluarkan oleh bank-bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah disamping itu nilai suatu produk perbankan akan dapat dirasakan oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut jika dibanding dengan produk bank lain. Karakteristik system perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang adil memberikan alternative system perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat. Suatu sikap yang wajar ketika seorang nasabah menentukan atau memilih bank mana yang dipilih yang pastinya memberikan efek positif terhadap nasabah yang bisa memberikan kemudahan dan keuntungan juga secara bersamaan. Setiap nasabah dalam mempertimbangkan bank yang akan dipilih akan melihat faktor-faktor tertentu dari bank tersebut, selain itu juga nasabah mempertimbangkan pula kualitas pelayanan selain produk yang diberikan oleh bank, hal tersebut dikarenakan nilai pelayanan sangat penting mengingat jasa bank merupakan jasa professional. ATM, *system e-banking*, merupakan contoh upaya yang diberikan oleh bank dalam menunjang layanan yang cepat, bank juga harus memberikan pelayanan yang prima agar dapat memberikan

kualitas layanan yang baik. Faktor-faktor tersebut diharapkan dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah, selain itu bank syariah juga harus mampu membaca peluang agar mampu menganalisa kebutuhan dan harapan dari pelanggan.

Beberapa penelitian yang juga melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada bank syariah dilakukan oleh Maski (2010) dengan judul penelitian analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistic studi pada Bank Syariah di Malang, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dalam menabung dipengaruhi oleh faktor karakteristik bank syariah, pelayanan dan kepercayaan nasabah pada bank syariah, pengetahuan serta obyek fisik bank, serta faktor pelayanan dan kepercayaan nasabah pada bank memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

Penelitian juga dilakukan oleh Haryadi (2007) dengan judul persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah, hasil penelitian menjelaskan bahwa pengetahuan, manfaat keuangan, pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku masyarakat pada perbankan syariah. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah ataupun perilaku masyarakat dalam menyikapi perbankan syariah serta keputusan dalam memilih bank syariah mana yang akan digunakan, maka penelitian ini mengambil judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah di Surabaya”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengidentifikasi masalah yaitu (1) faktor-faktor apakah yang mempengaruhi nasabah menabung di Bank Syariah? (2) Seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah?.

Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah menelusuri mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah menabung di Bank Syariah. Dengan diketahuinya faktor-faktor yang mendasari tersebut maka dapat memperbaiki hubungan antara Bank Syariah dengan nasabah dan calon nasabah serta menciptakan image yang baik dan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Serta untuk mengetahui besar faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan nasabah menabung.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Menurut Lamb, Hair dan Mc.Daniel yang dikutip oleh Rangkuti (2002:91), perilaku konsumen adalah seorang pelanggan yang membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Pendapat Engel et al bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor social, faktor personal dan faktor

psikologis (Simamora,2008:6). Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor social seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Faktor social sangat mempengaruhi tanggapan konsumen. Dan kebutuhan personal seseorang juga sangat mendominasi untuk memutuskan perilaku konsumen. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenic maupun biologis.

Perilaku Konsumen Islam

Perilaku konsumen islam berdasarkan tuntunan Al-Quran dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang menintegrasikan keyakinan kepada kebenaran .berbeda dengan konsumen konvensional, seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi yaitu untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarga serta sebagian lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah. Dalam islam memperhitungkan berkah atau tidaknya barang tersebut. Dalam islam ada beberapa etika ketika seorang muslim berkonsumsi menurut Yusuf Qardhawi yaitu (1) membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, (2) tidak melakukan kemubadziran, (3) menjauhi berutang, setiap muslim diperintahkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluarannya, (4) menjaga asset yang mapan dan pokok, serta (5) tidak hidup mewah dan boros. lppm.universitassazzahra.ac.id

Bank Syariah

Bank Syariah menurut Muhammad (2004:1) adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas

pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam.

Produk dan Jasa Bank Syariah

Menurut Dumairy (2006:18-20) produk bank syariah dan BPR syariah dapat berupa sebagai berikut: (1) Produk Pengerahan Dana meliputi Giro Wadi'ah, Tabungan Mudharabah, Deposito Investasi Mudharabah, Tabungan Haji Mudharabah, Tabungan Qurban. (2) Produk Penyaluran Dana meliputi Mudharabah, Salam, Istishna', Ijarah wa Iqtina', Murabahah, Al-Qardhul Hasan, Musyarakah. Selain itu produk pemberian jasa lainnya, seperti Jasa penerbitan L/C, Jasa transfer, Jasa inkasso, Bank garansi, zakat, infak dan sadaqoh (untuk disalurkan).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah

Kualitas Produk Bank

Aeker yang dikutip oleh Lubis (2010) mendefinisikan *perceived quality* (kesan kualitas) sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Persepsi terhadap kualitas keseluruhan terhadap suatu produk atau jasa dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh secara langsung kepada keputusan penggunaan dan loyalitas mereka terhadap suatu bank. Kualitas produk dibagi menjadi enam dimensi antara lain: (1) *performance*, (2) *serviceability*, (3) *reliability*, (4) *features*, (5) *conformance with specifications*, (6) *fit and finish*.

Karakteristik Sistem Bank

Direktorat Perbankan Syariah BI menguraikan ada tujuh karakteristik yang menjadi prinsip system perbankan syariah di Indonesia yang menjadi landasan pertimbangan bagi calon nasabah dan landasan kepercayaan bagi nasabah yang telah memberikan loyalitasnya. Tujuh karakteristik ini adalah (1) universal artinya bahwa bank syariah berlaku untuk setiap orang tanpa memandang perbedaan kemampuan ekonomi maupun perbedaan agama, (2) adil yang artinya memberikan sesuatu hanya kepada yang berhak serta memerlukan sesuatu sesuai dengan posisinya dan melarang adanya unsure *maysir* atau spekulasi, *gharar* atau ketidakjelasan. Haram, dan riba, (3) transparan dalam kegiatannya bank syariah sangat terbuka bagi seluruh lapisan masyarakat, (4) seimbang dalam mengembangkan sector keuangan melalui aktifitas perbankan syariah yang mencakup pengembangan sector riil dan UMKM, (5) maslahat atau bermanfaat dan membawa kebaikan bagi seluruh aspek kehidupan, (6) variatif artinya produk bervariasi mulai dari tabungan haji dan umrah, tabungan umum giro, deposito, pembiayaan yang berbasis bagi hasil, jual beli dan sewa, sampai kepada produk jasa custodian, jasa transfer, dan jasa pembayaran, dan karakteristik yang terakhir (7) fasilitas berupa penerimaan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, wakaf, dana kebajikan, memiliki fasilitas ATM, *mobile banking*, *internet banking* dan interkoneksi antar bank syariah. www.bi.go.id

Pelayanan

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan, ditambah dengan dimensi compliance sebagai syarat produk dan jasa islami/syariah, yang dikenal dengan CARTER yaitu (1)

compliance, (2) *assurance*, (3) *reliability*, (4) *tangibles*, (5) *empathycaring* dan (6) *responsiveness*. (Lubis, 2010)

Hipotesis

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian dan rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas produk bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung.

H2: Karakteristik system bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung.

H3: Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Menurut Anshori (2009:13) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuualifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh di lapangan melalui wawancara langsung dengan responden terpilih dan dengan menggunakan pengisian kuesioner oleh nasabah yang menggunakan produk bank syariah, artinya data yang digunakan merupakan data cross-section. Sedangkan data sekunder berupa data yang diperoleh dari berbagai perbankan, dan data lain yang relevan dengan kebutuhan analisis data.

Sampel

Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *cluster random sampling*. Diketahui jumlah responden yang diteliti sebanyak 60 responden. Jumlah tersebut dibagi untuk setiap Bank syariah dan Bank konvensional di Surabaya. Terdiri atas 30 responden yang menabung di bank syariah dan 30 responden yang menabung di bank konvensional. Dengan ketentuan skor yang diberikan kepada nasabah apabila menjawab pertanyaan dengan jawaban SETUJU mendapatkan skor 5 dan jika jawaban TIDAK SETUJU mendapatkan skor 0.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah nasabah yang menabung di Bank syariah dan Bank konvensional di Surabaya yang dipilih secara *random*.

Metode Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistic dengan metode dimana variable independen yang merupakan variable penjelas dan variable dependen yang dijelaskan dalam persamaan linier. Teknik ini menggunakan survey dan analisis data dengan regresi linier dengan melihat adanya pengaruh kualitas produk Bank, karakteristik system Bank, dan pelayanan yang mempengaruhi nasabah menabung di Bank Syariah.

Analisis Regresi

Untuk menguji kekuatan variable-variabel penentu (kualitas produk bank, karakteristik system bank dan pelayanan) terhadap keputusan nasabah menabung, maka digunakan analisis regresi berganda.

Persamaan umum regresi yang digunakan lebih dari dua variable independen:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : keputusan nasabah menabung

α : konstanta (*intercept*)

X_1 : kualitas produk Bank

X_2 : karakteristik system Bank

X_3 : pelayanan

$\beta_1 \dots \beta_3$: koefisien regresi dari variable independent atau $X_1 \dots X_3$

e : besaran nilai residu (*standar error*)

Untuk korelasi ganda dengan rumus:

$$R = \frac{\sqrt{\beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y + \beta_3 \sum X_3 Y}}{\sum Y^2}$$

Pengujian Hipotesis

Menurut Gujarati yang dikutip oleh Pratama (2010) bahwa Pengujian terhadap masing-masing hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Uji signifikansi variable independen (X_1) terhadap variable (Y) baik secara bersama atau parsial pada hipotesis 1 (H1) sampai dengan 3 (H3) dilakukan dengan Uji – F dan Uji – t pada level 5% ($\alpha = 0,05$).

a. Uji – F

Digunakan untuk menguji kelayakan model, $H1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \geq 0$ yang artinya jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model layak untuk digunakan, begitu dengan sebaliknya.

b. Uji – t

Uji keberartian koefisien dilakukan dengan statistic – t. Digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variable independennya, dengan hipotesis $H1 : \beta_1 \geq 0$. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diajukan diterima atau dikatakan signifikan, namun jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis diajukan ditolak atau dikatakan tidak signifikan.

PEMBAHASAN

Terdapat beberapa hal yang mendasari keputusan nasabah dalam mengambil keputusan menabung di suatu bank. Faktor-faktor tersebut antara lain produk yang ada pada bank terkait, karakteristik system bank, serta pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya. Untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing item dari kualitas produk bank (X_1), karakteristik system bank (X_2) dan pelayanan (X_3) dapat dijelaskan dalam table berikut:

Variable Kualitas Produk Bank (X_1)

Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah sebelum memutuskan untuk memilih suatu bank adalah produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Seorang calon nasabah akan mempertimbangkan produk-produk yang disediakan serta kebutuhan personal nasabah akan suatu produk tersebut, mekanisme untuk memperoleh produk tersebut, keunikan produk yang ditawarkan atau keunggulan produk di suatu bank yang dituju berbeda dari bank lainnya, hal tersebut dapat dilihat pada Table 1.

Tabel 1. Keputusan Nasabah Menabung dan Kualitas Produk Bank

No	Keterangan	Responden Bank Syariah	Responden Bank Konvensional	Jumlah Responden
1	Memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan/memperhatikan halal haram			
	a. Setuju	25	11	36
	b. Tidak setuju	5	19	24
	Total	30	30	60
2	Memperhatikan inovasi produk islami			
	a. Setuju	28	6	34
	b. Tidak setuju	2	24	26
	Total	30	30	60
3	Memperhatikan kelengkapan variasi produk islami yang ditawarkan			
	a. Setuju	24	5	29
	b. Tidak setuju	6	25	31
	Total	30	30	60
4	Memperhatikan kebutuhan produk sesuai kebutuhan masyarakat berbasis islam			
	a. Setuju	27	14	41
	b. Tidak setuju	3	16	19
	Total	30	30	60

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa responden yang menabung di bank syariah sebagian besar memperhatikan kualitas produk dalam memperhatikan kehalalan suatu produk perbankan (25 orang), dibanding responden bank konvensional yang cenderung belum tentu mempertimbangkan kehalalan suatu produk (19 orang). Selain itu sebagian besar responden bank syariah (24 orang) sangat memperhatikan adanya variasi produk berbau islami yang ditawarkan oleh bank, berbeda dengan responden konvensional yang menganggap bahwa bank non syariah hanya memperhatikan inovasi untuk masyarakat umum tanpa memperhatikan unsure islami (25 orang). Responden syariah sebagian besar juga mendukung adanya

inovasi produk islami (28 orang) dibanding responden bank konvensional (24 orang). Serta kebutuhan produk yang ditawarkan oleh bank syariah memperhitungkan kebutuhan masyarakat yang benar-benar ingin menerapkan system islam didalam produknya, hal ini responden bank syariah mendominasi untuk memperhatikan hal tersebut (27 orang) dibanding responden bank konvensional (16 orang).

Variable Karakteristik Sistem Bank (X₂)

Faktor berikutnya yang juga menjadi salah satu pertimbangan calon nasabah dalam menentukan bank mana untuk tempat menabung calon nasabah tersebut adalah karakteristik system yang diterapkan oleh bank tersebut. Karakteristik system bank dapat dilihat dalam Tabel 2.

Table 2. Keputusan Nasabah Menabung dan Karakteristik Sistem Bank

No	Keterangan	Responden Bank Syariah	Responden Bank Konvensional	Jumlah Responden
1	Memperhatikan prinsip halal haram			
	a. Setuju	30	14	44
	b. Tidak setuju	0	16	16
	Total	30	30	60
2	Memperhatikan bagi hasil			
	a. Setuju	26	3	29
	b. Tidak setuju	4	27	31
	Total	30	30	60
3	Memperhatikan unsure yang terbebas dari riba			
	a. Setuju	21	1	22
	b. Tidak setuju	9	29	38
	Total	30	30	60

Sumber : Data primer diolah, 2015

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang menabung di bank syariah memperhatikan prinsip-prinsip yang dijalankan oleh bank syariah, yaitu prinsip halal haram (30 orang) dibanding dengan responden bank konvensional yang tidak begitu

memperhatikan prinsip tersebut (16 orang). Responden bank syariah juga memperhatikan prinsip bagi hasil (26 orang) dan terbebas dari unsure riba (21 orang), berbeda dengan responden bank syariah yang masih menggunakan bunga bank dalam transaksinya yang dalam islam ada bunga artinya ada riba dan berarti pula haram (29 orang) serta tidak adanya unsure bagi hasil melainkan keuntungan masing-masing pihak sesuai aturan dari bank (27 orang).

Variable Pelayanan (X₃)

Faktor yang juga menjadi salah satu pertimbangan penting bagi nasabah dalam mengambil keputusan terkait pemilihan bank adalah pelayanan, karena pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank untuk mempertahankan loyalitas para nasabahnya. Pelayanan bank yang baik juga akan menimbulkan kepercayaan terhadap bank. Data responden terkait dengan pelayanan dapat dilihat dalam Table 3.

Table 3. Keputusan Nasabah Menabung dan Pelayanan

No	Keterangan	Responden Bank Syariah	Responden Bank Konvensional	Jumlah Responden
1	Memperhatikan etika karyawan			
	a. Setuju	26	27	53
	b. Tidak setuju	4	3	7
	Total	30	30	60
2	Memperhatikan pemberian informasi secara jelas dan mudah dimengerti			
	a. Setuju	26	25	51
	b. Tidak setuju	4	5	9
	Total	30	30	60
3	Memperhatikan kemudahan bertransaksi			
	a. Setuju	22	29	51
	b. Tidak setuju	8	1	9
	Total	30	30	60
4	Memperhatikan jumlah dan lokasi kantor cabang			
	a. Setuju	20	26	46
	b. Tidak setuju	10	4	14
	Total	30	30	60

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa responden bank syariah dan bank konvensional sama-sama memperhatikan faktor pelayanan yang diberikan oleh bank. Hal tersebut terbukti dari keseluruhan responden yang setuju bahwa bank syariah mampu memberikan pelayanan untuk memudahkan transaksi nasabah (22 orang), jumlah dan letak lokasi kantor cabang (20 orang), memberikan pelayanan informasi secara jelas dan mudah dimengerti kepada nasabah (26 orang), serta pelayanan yang baik dari para karyawan bank syariah yang menunjang pelayanan (26 orang). Hal ini menunjukkan bahwa suatu kualitas layanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variable Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Minat atau keputusan nasabah dalam menentukan bank mana yang akan dipilih memerlukan pengamatan secara personal dari calon nasabah mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat menunjang nasabah dalam mengambil keputusan. Tabel 4 merupakan beberapa hal yang menjadi alasan dasar nasabah mengambil keputusan.

Table 4. Keputusan Nasabah Menabung

No	Keterangan	Responden Bank Syariah	Responden Bank Konvensional	Jumlah Responden
1	Rutin menabung minimal 1 bulan sekali			
	a. Setuju	20	24	44
	b. Tidak setuju	10	6	16
	Total	30	30	60
2	Rendahnya minimal setoran awal			
	a. Setuju	18	12	30
	b. Tidak setuju	12	18	30
	Total	30	30	60
3	Adanya kerjasama Bank dengan Bank lain dalam penarikan ATM			
	a. Setuju	16	27	43
	b. Tidak setuju	4	3	7
	Total	30	30	60
4	Loket Bank yang mudah dijangkau			
	a. Setuju	11	28	39
	b. Tidak setuju	19	2	21
	Total	30	30	60

Sumber : Data primer diolah, 2015

HASIL ANALISIS

Hasil pengujian regresi linier terhadap keputusan nasabah menabung di Bank syariah atau Bank konvensional dengan menggunakan program *SPSS 22.00 for windows* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut.

Adjusted R²

Berdasarkan tampilan SPSS model summary diperoleh hasil bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 0,774, hal ini berarti 77% variasi keputusan nasabah menabung dapat dijelaskan oleh variasi dari tiga variable independen kualitas produk bank, karakteristik sistem bank, dan pelayanan. Sedangkan sisanya 23% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model.

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X1, X2, X3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y
b. All requested variables entered.

Tabel *Adjusted R²*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.786	.774	1.19789

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Sumber : Data Diolah, 2015

Uji – F

Berdasarkan Uji – F diperoleh adanya pengaruh antara tiga variable independen Kualitas Produk Bank (X_1), Karakteristik Sistem Bank (X_2), Pelayanan (X_3) terhadap variable dependen Keputusan Nasabah Menabung (Y) sebagai berikut.

Tabel Hasil Uji - F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	294.643	3	98.214	68.444	.000 ^b
	Residual	80.357	56	1.435		
	Total	375.000	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Sumber : Data Diolah, 2015

Berdasarkan Uji – F diperoleh hasil bahwa nilai H hitung sebesar 68,444 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen keputusan nasabah menabung dan sekaligus variable independen Kualitas Produk Bank, Karakteristik Sistem Bank, dan Pelayanan berpengaruh terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung.

Uji – t

Secara parsial pengaruh dari tiga variable independen terhadap keputusan nasabah menabung dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel Uji – t

Coefficients ^a									
		Unstandardized		Standardized			Correlations		
		Coefficients		Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	1.429	1.537		.930	.357			
	X3	.357	.248	.341	1.440	.155	.734	.189	.089
	X2	.643	.080	.634	8.038	.000	.845	.732	.497
	X1	-1.644E-14	.245	.000	.000	1.000	.707	.000	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah, 2015

Dari tabel dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.429 - 1,644 X_1 + 0,643 X_2 + 0,357 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas diperoleh koefisien regresi kualitas produk bank sebesar (-) 1,644 yang artinya koefisien tersebut mengindikasikan adanya hubungan negative antara variable kualitas produk bank terhadap keputusan nasabah menabung. Koefisien karakteristik system bank sebesar (+) 0,643 mengindikasikan adanya hubungan positif antara variable karakteristik system bank terhadap keputusan nasabah menabung. Dan koefisien regresi pelayanan sebesar (+) 0,357 mengindikasikan adanya hubungan yang positif antara variable pelayanan dengan keputusan nasabah menabung.

Berdasarkan koefisien beta regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa variable karakteristik system bank memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan

nasabah menabung dengan nilai koefien regresi berturut-turut sebesar 0,000, 0,634, dan 0,341.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan antara lain keputusan nasabah menabung di bank syariah dan memilih bank mana yang akan dijadikan tempat untuk menabung dikarenakan mendominasi berdasarkan atas karakteristik system yang diberikan oleh bank syariah terkait serta pelayanan dan ada beberapa calon nasabah juga yang mempertimbangkan kualitas produk pada bank syariah meskipun tidak mendominasi. Dan faktor yang paling besar mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah adalah karakteristik system yang diterapkan oleh bank yang mempertimbangkan system bagi hasil, ke-halalan dan tidak adanya unsure riba.

Dari hasil Uji – t dapat dilakukan pembahasan hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. H1 : Kualitas produk bank berpengaruh negative terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan Uji – t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar 0,000 dengan tingkat signifikansi 1. karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka secara parsial variable independen kualitas produk bank berpengaruh tidak signifikan positif terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung. Dengan demikian hipotesis ditolak.
2. H2 : Karakteristik system bank berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan Uji – t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar (+) 8,038 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi

lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung bertanda positif, maka secara parsial variable independen karakteristik system bank berpengaruh signifikan positif terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung. Dengan demikian hipotesis diterima.

3. H3 : Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan Uji – t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar (+) 1,440 dengan tingkat signifikansi 0,155. Karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung bertanda positif, maka secara parsial variable independen pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap variable dependen keputusan nasabah menabung. Dengan demikian hipotesis diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press.
- Dumairy, dkk. 2006. Bank Syari'ah (Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman). Yogyakarta: EKONISIA Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Haryadi. 2007. Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah. Vol 7 No 2.
- Lubis, Irma Suryani. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kesadaran Merek Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Maski, Ghozali. 2010. Analisis Keputusan Nasabah menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang. Vol 4 No 1.
- Muhammad. 2004. Manajemen Dana Bank Syariah. Cetakan Pertama. Yogyakarta: EKONISIA Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Pratama, Billy Arma. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Penyaluran Kredit Perbankan. Semarang: Universitas Diponegoro.

Rungkuti, Freddy. 2002. Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, Bilson. 2008. Cetakan ketiga. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

lppm.universitassazzahra.ac.id/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/, diakses pada tanggal 12 Februari 2015 pukul 23:36 WIB

www.bi.go.id/id/perbankan/syariah, diakses pada tanggal 12 Februari 2015 pukul 23:00 WIB

zonaekis.com/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-nasabah-penabung-studi-kasus-bni-syariah/, diakses pada tanggal 12 Februari pukul 23:49